

УДК 811.111'37

Ирина Георгиевна Цеханович, преподаватель
Барановичский государственный университет, Барановичи, Беларусь
эл. почта: tsekhanovichirina82@mail.ru

Iryna Georgievna Tsekhanovich, Lecturer
Baranovichi State University, Baranovichi, Belarus
e-mail: tsekhanovichirina82@mail.ru

АССОЦИАТИВНЫЙ СПОСОБ ОПИСАНИЯ СЕМАНТИКИ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ

(на материале существительных краудсорсингового словаря Urban Dictionary)

В докладе описывается ассоциативный способ толкования слов по данным краудсорсингового онлайн-словаря Urban Dictionary. Выявлены синтагматическая, парадигматическая и экстралингвистическая стратегии ассоциирования при описании семантики существительных.

Ключевые слова: краудсорсинговый онлайн-словарь, семантика, ассоциативная стратегия, стимул, реакция, ассоциат

THE ASSOCIATIVE METHOD OF THE DESCRIPTION OF THE SEMANTICS OF LEXICAL UNITS (based on the data of nouns in Urban Dictionary)

The report describes the associative method of word defining, based on the data of crowdsourced online dictionary Urban Dictionary. Syntagmatic, paradigmatic and extralinguistic strategies of associating to describe the semantics of nouns are revealed.

Key words: crowdsourced online dictionary, semantics, associative strategy, stimulus, reaction, associate

С развитием психолингвистики особую популярность приобрел ассоциативный метод исследования семантики лексических единиц, суть которого заключается в проведении эксперимента, направленного на выявление мгновенных вербальных реакций, т. е. ассоциаций, которые вызывает слово-стимул у респондентов. Анализ полученных экспериментальных данных позволяет «сконструировать» ассоциативные поля, выделить в них ядро и периферию, увидеть наиболее частотные, а значит и релевантные для носителей языка ассоциации, которые имеют потенциал перейти в семантические компоненты, выявить культурно обусловленную составляющую значения и т. д. (см. работы Дж. Диза, Дж. Киша, Р. М. Фрумкиной, А. А. Залевской, Т. М. Рогожниковой, И. Г. Овчинниковой, Н. Б. Уфимцевой и др.). Появление краудсорсинговых, создаваемых общими усилиями пользователей Интернета, словарей предоставляет возможность рассмотреть данный метод в ином ракурсе – «чистом», не искаженном искусственными условиями эксперимента. В перспективе, как видится, совместное использование данных, извлеченных из краудсорсинговых словарей и полученных в результате эксперимента, позволит создать наиболее полный ассоциативный тезаурус, представляющий собой многомерную «модель сознания человека» (Ю. Н. Караулов).

Цель настоящего доклада – описание особенностей использования ассоциативного способа раскрытия лексического значения авторами краудсорсингового словаря Urban Dictionary – одного из самых популярных и больших словарных ресурсов такого типа. Материалом исследования стали 8861 толкований высокочастотных существительных, количество которых составило 234.

Проведенный анализ показал, что обсуждаемый способ раскрытия значения в материале исследования не является распространенным – выявлено 6,9 % толкований, в которых реализуется данный метод, что, по-видимому, связано с его малоинформативностью и субъективностью. При этом «народные лингвисты» используют разнообразные стратегии ассоциирования, которые «связывают» слово-стимул с вербальной реакцией по нескольким траекториям – синтагматической, когда ассоциаты представляют собой варианты сочетаемости возможностей вокабулы, в которых одновременно могут отражаться характеристики поименованных сущностей (*cat – fluffy* ‘кот – пушистый’; *girl – complicated* ‘Девушка – сложная’); и парадигматической, основанной на системных отношениях в лексике, которые реализуются в материале исследования при помощи противопоставления (напр., *woman – not a man* ‘Женщина – не

мужчина'; *cat – not a dog* 'Кот – не собака'), метафоры и метонимии. Ассоциаты-метафоры содержат имплицитно выраженную информацию о значении толкуемой единицы, напр., *snake – danger noodle* 'змея – опасная лапша'. В данном примере областью сравнения выступают внешние характеристики сущности, поименованной словом, и вербальной реакции на него. Как видится, метафорические ассоциаты обладают высоким семантическим потенциалом, «непредсказуемостью смыслов», так как в них могут профилироваться латентные семы, актуализируемые как субъективными, так и объективными факторами. Кроме этого, слова-реакции могут передавать экспрессивно-оценочные суждения авторов словаря о слове-стимуле: *sister – a devil* 'Сестра – дьявол'; *school – hell* 'Школа – ад'. Метонимические ассоциаты «связываются» с вокабулой по линиям временной или причинно-следственной смежности: *cow – raw burger* 'корова – сырой бургер'; *diabetes – MacDonald's* 'Диабет – Макдональдс'. Кроме этого, в материале исследования были обнаружены т. н. тематические (или экстралингвистические) ассоциации, которые связываются «лексикографом-любителем» со словом-стимулом под влиянием приобретенного им субъективного опыта: *childhood – laughter and balloons* 'Детство – смех и шарики'.

Таким образом, авторы *Urban Dictionary* используют разнообразные стратегии ассоциирования как один из способов дескрипции семантики вокабул, который позволяет экономно описать значение, а также выразить эмоционально-оценочное суждение, наличествующее у носителя языка в отношении поименованных словами сущностей.